

春节变身“相亲节”

记者 王莉



七天长假，催婚大戏轮番上演，一些单身适婚青年无奈感慨：“春节已变身相亲节”。

亲戚跟风见“媳妇”

正月初二，家住崇阳县天城镇的程杰，在家中见到了“贵客”王慧。王慧是邻居大妈给他介绍的相亲对象。

程杰今年27岁，大学毕业后就到珠海工作。因工作繁忙，程杰忽视了自己的人生大事。早在春节前，程杰的父母就叮嘱左邻右舍：“有好姑娘给留意下，孩子过年回来，让见见面。”

程杰一家热情招待王慧，并给予两人独处空间。王慧一走，父母就急着问她对她的印象，能不能结婚。“如果见一面就能结婚，那婚姻也太草率了。”程杰万般无奈。程杰拜访亲戚发现，跟自己年纪相仿的表兄弟们，遭受了同样的“相亲劫”。

“初三，大舅家，见表哥的相亲对象；初四，二姨家，见表弟的相亲对象；初五，三姨家的双胞胎表弟，也在相亲。”程杰笑道，亲戚们都个个地为他们相亲，比赛似的。

大龄青年被催婚

对于家住嘉鱼潘湾的许丽来说，这个

春节并不闲适。今年31岁的她，在春节期间饱受相亲之苦。“从来没有这么渴望上班。”正月初七一上班，许丽就向同事诉苦。“你年纪不小了，打算啥时候结婚？”“有对象没？三十多岁了，该找个了。”“要求不能太高，结婚不就是找个伴过日子？”……整个春节，此类问题一拨一拨地轰炸向许丽，使得她见到家里有客人，就到闺蜜家“避难”。

许丽坦言，不是自己不想直面这些问题，而是父母变着法催她找对象。“他们压力大，但我也不能因为结婚而结婚吧。”

春节期间，许丽被迫参加了三次相亲，相亲后家里人时刻问进展，还打电话向介绍人询问对方“观点”。

“其实父母心思我理解，他们二十出头就结婚了，而我三十岁还没对象，他们着急也很正常。”许丽说，但婚姻是一辈子的事情，没有遇到中意对象，她绝对不会因自己是“剩女”而结婚，毕竟幸福才是最重要的。

急抱孙子逼相亲

“我妈已经不再直接催我找对象，而是以想带孙子为由，逼我相亲。”说这句话的是在温泉上班的沈毅。

今年26岁的沈毅，是崇阳县白霓镇金龙村人。在父母看来，他这个年纪还没对象，很不光彩，使得他们在村民面前抬不起头。因为村里与沈毅同龄的都结婚了，有的孩子都几岁了。

“结婚这个话题，我妈唠叨了好几年，我知道这个春节她不会轻饶我。”沈毅说，吃年夜饭当天，奶奶和父母晓之以情、动之以理地给他做思想工作。

“父母说自己年纪大了，想早点抱孙子。80多岁的奶奶也希望在有生之年抱孙子。”说着说着，父母便开始抹眼泪，沈毅只得接受相亲。

随后，他每天被安排相亲，最多一天见了三个女孩子。

采访后记：

采访中，很多受访适婚青年表示：春节俨然成了“相亲节”。在大多数人看来，这看似甜蜜的“相亲节”，使他们身心疲惫，已然成为“相亲劫”。

有家长说，婚姻是人生大事，子女的婚姻没有解决，自己的担子始终没有卸下来。有时候子女不仅不配合，还跟他们对着干，让他们很伤神。

对于春节扎堆相亲现象，咸宁职业技术学院、国家二级心理咨询师李素贞认为，儿女找对象，家长应该是给意见，而不是参与、决策和操控。

对于子女择偶，年龄、学历、房子等都不能成为砝码，因为“感觉”是谁都替代不了的。同时，对于大龄青年，家长更不能急躁，也不能过度催促，或刻意安排子女相亲，这样会导致子女叛逆心理。顺其自然，让大龄男女减轻心理负担，他们自会寻找另一半。

人间

婚礼司仪的苦与乐

记者 王恬

一场或热闹或温馨的婚礼，新郎新娘自然是主角，司仪也是不可缺少的角色。他们把握整场婚礼的节奏，是当仁不让的总指挥。

嘉鱼县婚庆司仪越来越多，出场费也不断增加。这个要嘴皮的行当看起来收入不错，但做起来并不轻松。

司仪得动静皆宜

28岁的陈东强是一名草根歌手，因为能说会道，在朋友的鼓励下涉足婚礼主持，没想到这活挺适合他。

陈东强说，现在人们生活比较富裕，很讲排场，对婚礼要求挺高，除了婚礼场面布置要有特色，更希望婚礼流程个性化。年轻人想法多，各种主题婚礼层出不穷，但大气、庄重是共识。

“司仪说几句话、唱几首歌显然不能满足新人的要求。司仪必须压得住台，掌控现场节奏。”陈东强坦言，每场主持前，都要认真准备主持词，熟记新人资料，应对各种情况。用他的话说，司仪是婚礼的灵魂。

司仪还得调动现场气氛。婚礼下半场的互动环节基本要靠司仪承担，游戏、唱歌不可缺少。同时，又不能过于闹，他一般会以不同风格的歌曲来把控，抒情、热闹穿插，有起伏变化，不会让人觉得烦躁。

“做婚礼司仪要懂得见好就收。”陈东强说，每个司仪都要有自己的特色，并配合新人的个性要求，打造一个完美的婚礼。

最满足谢谢二字

做司仪有一个重要环节，就是与新人沟通。沟通充分，才能排定好婚礼流程，定好婚礼基调。

司仪黄翠娟喜欢像朋友一样与客人交谈，从生活、恋爱故事聊起，根据新人的性格来确定自己的主持风格。

黄翠娟主持过的婚礼，感动的、温馨的，数不胜数，令她印象最深刻的是去年12月的一场婚礼。

婚礼前，她分别与新郎新娘沟通。她得知，新郎送给新娘的第一份礼物是一条项链。新郎为了买到这条项链，跑了很多地方，因此没能赶上新娘生日。为此，两人大吵一架，项链也成了两人心里的一个结。

黄翠娟让新郎找出这条项链，在婚礼上再次送给新娘。黄翠娟当着所有亲友的面，讲述项链的故事。感人的音乐，富有感染力的台词，让现场气氛一下温馨起来。新娘心里的结终于解开，感动的泪水流出来。

婚礼结束，新人们对她说：“辛苦了，谢谢你。”那一刻，是她最满足的时刻。

压力委屈微不足道

年前年后，婚礼司仪乔汉伟每个月要主持十几场甚至更多婚礼。乔汉伟说：“主持时说的每一句话都要小心翼翼，不能说错一个字；一场婚礼两个多小时，结束时全身都被汗水浸透；晚上回家要准备第二天的资料……”

这样的工作强度和压力，令司仪们十分吃力。乔汉伟说，档期满的时候，常常累到说不出话，但为了第二天的工作，只能吃点保护嗓子的药，接着准备下一场主持工作。

虽然婚礼是喜庆的，但乔汉伟也会遇到一些郁闷事。有一回，他与宾客做游戏互动，派发玩具作为礼物。由于玩具数量有限，他只能随意挑选几个人。

等这一环节结束，他准备唱歌时，忽然被一块飞来的西瓜皮砸中，还听见有人说：“叫你不给！”当时乔汉伟心里很不是滋味。

他说，这种事不少见，遇到后，也只能自己安慰自己，无论如何不能坏了别人的好日子。

做婚礼司仪的两年半里，乔汉伟主持过上百场婚礼，用他的话说：“感受到了上百份的幸福”，也结交了上百个朋友。从中收获的幸福、快乐和满足，让他真正喜欢上这份工作，其中的压力、委屈也就微不足道了。

如此超载



2月15日，正月初六，一辆三轮农用机动车满载乘客，晃晃悠悠地行驶在咸安区桂花镇至马桥镇的公路上，路人都替他们的安全捏一把汗。

记者 袁灿 摄

吵架后，妻子赌气跳楼

警民合力施救

本报讯 通讯员施伟报道：2月4日上午，赤壁市城北花园小区，一对夫妻因家庭琐事吵架，妻子一气之下跳楼，摔成重伤。

当日，医护人员和警察先赶到现场时，这位40来岁的中年妇女已从四楼跳下，整个身躯趴在2楼的小平台上，身旁有少许血迹。

孩子是跟爸爸从湖北到杭州走亲戚的。到了长兴服务区，爸爸去加油，他下车去上厕所。可等他上完厕所回来，就找不到爸爸了。高速交警立即通知孩子的爸爸，并把孩子带回到大队。

早上8点多，孩子的老爸赶到高速交警大队。一见面，他就接过孩子，很是激动。

男子说，他加好油后，以为儿子在后排坐着。因为还是清晨，他想让儿子多睡会儿，就没跟儿子说话。等车子快到下沙服务区时，男子才顺口问了声，要不要下车吃个早饭，可是不见回答，扭头一看，发现儿子并没有坐在后面。“我这才想起，儿子下车后上厕所没有上车，当时把我给急坏了。”

（环球网）

经医护人员初步诊断，该妇女的右手和右小腿严重骨折，暂时无生命危险。

由于小平台无楼梯、无通道到地面，在场医护人员和警察无法将受伤妇女送到救护车，只好等待消防人员来施救。

消防官兵赶到后，利用拉梯上爬到小平台，为防止二次伤害，消防施救人员和医护人员用简易担架施救。简易担架和

绳索固定在一起，平台上、拉梯上和地面上的人员协助救援。

施救人员小心翼翼将妇女抬上担架，慢慢将担架向下转移，同时派专人为她进行对话安抚，以免她疼痛时在担架上翻滚，发生意外。

一个小时后，该妇女被安全转移到救护车，并送往就近医院救治。

2012年安利全球业绩创113亿美元新高

业、创业形式，而且大量兼职直销人员也会比平时更努力从事直销业务，这样就形成了一种对冲稳定机制。加之直销企业销售的产品多为日用品，作为刚性需求，也较少受经济周期影响。

同时，直销模式促进就业和拉动内需的作用，也在经济周期下行时表现得更为充分。由于从事直销工作门槛低，成本低、风险低，从业者可以接受免费职业培训，作业形态灵活多样，因此在世界范围内，直销都是失业、半失业群体谋求再就业的重要选项之一，而且直销也是一种较好的准就业、半就业、灵活就业形态。据统计，从2008年到

2011年，全球直销从业人员从6491万人提高到9100万人，累计增幅达40%。其次，直销这种面对面的推销方式可以有效挖掘需求、创造需求，推动消费升级；直销所特有的个性化服务以及由此带来的良好客户体验，也能有效创造重复消费，因此直销在拉动内需方面具有独特优势。

当然，直销企业在经济低迷中高歌猛进，一方面得益于其模式优势，更重要的是要仰赖公司的产品、品牌、服务、公司治理以及持续的制度创新。美国安利公司总裁德·狄维士表示，50

多年来，安利凭借优势品牌、产品，精益求精的公司管理，以及本地化的销售技能培训，为全球数百万有志精英提供就业创业机会，帮助他们达致自己的人生目标，这样公司业绩才能持续成长。

2012年，安利中国作为安利全球最大市场，坚持安利全球“创新带动成长”战略，积极推进行政人员管理、引进益之源净水设备等拳头新品，实现了271亿元人民币的销售佳绩，亦创历史新高。同时，安利印度、俄罗斯等新兴市场也已驶入增长快车道，安利美国、日本、韩国、马来西亚、安利台湾

等老市场亦藉由品牌建设、人员管理和综合创新迸发新活力，一举实现全球业绩113亿美元新高。

加强生产研发蓄后劲

在业绩持续增长的同时，安利全球乘胜扩张，投入3.35亿美元布局生产、研发、积蓄发展后劲。2012年，安利中国宣布增资6亿元人民币，在广州兴建第二生产基地，在无锡开建植物研发中心。后者旨在依托中国传统中草药文化，研究中草药的有机种植技术、有效成分鉴别提取工艺及保健食品应用开发。

安利美国总部亦宣布在美国建设四处生产设施，在印度和越南新建两座工厂。美国安利公司董事长史提夫·温安洛表示，2013年，我们具有更大的增长潜力。我们将继续加大对供应链、生产和科研的投入，更好地满足市场需求，帮助我们的营销人员为顾客提供更优质的产品和服务。